

Voto novo em palanque velho

eleição presidencial

Se Miguel Arraes e Leonel Brizola andam pelas ruas ao lado de Lula, e se José Sarney sobe no palanque de Fernando Henrique Cardoso, o que, afinal, está mudando nesta eleição? O problema não é tanto mudar, é saber mudar. Trocar apenas de companhia ou descobrir caras novas numa eleição pode significar mudança, mas também pode encurtar o caminho do abismo. Fez-se esse teste recentemente, e se descobriu uma história de gatunagem que terminou em impeachment e morte trágica do tesoureiro da quadrilha. Diante dessa referência, conformemo-nos com os personagens que estão aí.

O que de cara já mudou em relação a outras eleições presidenciais foi que esta começou com uma encenação de debate sério e edificante sobre alguns dos temas nacionais que mais despertam preocupação, como emprego, educação e saúde. Deve-se isso menos à bagagem acadêmica do tucanato do que à incompetência das oposições.

Os temas abordados até agora são exatamente aqueles em que o governo se sente mais frágil. E quem os levantou para debate foi precisa e espertamente o governo, não as oposições. O candidato à reeleição se antecipou no que poderia ser criticado, não só para evitar ser jogado ao canto desconfortável da defesa obrigatória, como também para reforçar a impressão de que as oposições não têm propostas alternativas. Entre o esperto e o incompetente, perde o eleitor a chance de escolher melhor.

Outra grande novidade desta eleição começa terça-feira, com a propaganda eleitoral no rádio e na televisão. O novo é o formato. Um dia apresentam-se os candidatos a presidente e deputado federal, no outro os candidatos a governador, deputado estadual e senador. Cada categoria tem apenas 18 programas a fazer. Os candidatos farão das tripas coração nesses programas. É a grande chance, principalmente para os que estão mal nas pesquisas. Espera-se de tudo nesse período. Da sobriedade dos que só vencem se nada acontecer de emocionante daqui para a frente, à apelação irresponsável dos que só não perdem se jogarem lama no ventilador.

Só um cidadão neste país não leva fé no poder de alteração de voto desses programas eleitorais supostamente gratuitos: Carlos Augusto Montenegro, diretor-presidente do Ibope. Carlos Augusto é doutor em eleição. Quando estão se fechando as urnas, às 17h do dia da eleição, ele vai à Rede Globo e diz quem venceu, e que porcentagem de voto cada um está levando. É de uma ousadia arrepiante. Não dá só o nome do vencedor. Dá os votos de cada um, do primeiro ao décimo lugar.

Quebrou a cara umas poucas vezes. Uma delas, na eleição da prefeita Maria Luiza Fontenele, em Fortaleza, porque tirou os pesquisadores da cidade uma semana antes da eleição, acreditando que já estava tudo decidido. Acha que agora, com a urna eletrônica, esta, sim, a mais revolucionária novidade da política brasileira de todos os tempos, vai finalmente acertar os resultados da eleição no Maranhão. Os mortos sabem tudo, mas ainda não aprenderam a digitar. Como a maquininha de votar provou, no teste da eleição anterior, que consegue diminuir os votos nulos e em branco, a pesquisa eleitoral tem mais chance de acertar. Os nulos e em branco são o terror dos pesquisadores.

Carlos Augusto ousa tanto por dois motivos: primeiro, pela experiência de mais de 50 anos do seu instituto, o Ibope; segundo, porque tem atrás de si um mago de pesquisas, o seu irmão Luís Paulo Montenegro. Carlos Augusto só vai à televisão para dar os resultados da eleição depois que ouve Luís Paulo.

Agora, juntando a experiência de campanha eleitoral com a de medidor tradicional de audiência de rádio e televisão, Carlos Augusto diz que mais importantes do que os programas eleitorais serão as inserções de anúncios de candidatos ao longo da programação das emissoras. Na hora do programa de longa duração, o eleitor tem a chance de desligar o rádio ou a televisão. Já o anúncio é rápido. Deixa recados marcados na memória do eleitor. É só ligar para conferir. Ou desligar, para dar chance a analistas e jornalistas de inventar outra tese eleitoral.